

TARIM EKONOMİSİ MÜHENDİSLİKTE TASARIM

GÜZ 2024

Dr. Öğr. Üyesi Nur ERTEK TOSUN

TARIM EKONOMİSİ
AGRICULTURAL ECONOMICS

ARZ-TALEP
SUPPLY-DEMAND

ÜRETİM-TÜKETİM
PRODUCTION-CONSUMPTION

DİJİTALLEŞME
DIGITALIZATION

İŞLETME YÖNETİMİ
BUSINESS ADMINISTRATION

POLİTİKA ANALİZLERİ
POLICY ANALYZES

BLOCKCHAIN

MAKİNE ÖĞRENMESİ
MACHINE LEARNING

UZAKTAN ALGILAMA
REMOTE SENSING

lot

DİJİTAL İŞ ÇÖZÜMLERİ
DIGITAL BUSINESS SOLUTIONS

GELİR-GİDER
INCOME-EXPENSE

YAPAY ZEKA
ARTIFICIAL INTELLIGENCE

ANALİTİK
ANALYTICAL

ROBOTİK
ROBOTIC

KİRSAL KALKINMA
RURAL DEVELOPMENT

ÜCRET
WAGE



ZİRAAT FAKÜLTESİ
Faculty of Engineering

TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ
Department of Agriculture Economics

Ekonomide Karar Vericiler (Ekonomik Aktörler)

1. **Hane halkı:** tüketiciler ve maksimum fayda
2. **Firmalar:** Üreticiler ve maksimum kar
3. **Devlet:** Merkezi Hükümet ve yerel yönetimler
4. **Dış Dünya:** Ticaret yapılan diğer tüm ülkeler

Ekonomide Karar Vericiler (Ekonomik Aktörler)

Piyasa ekonomisinde faaliyet gösteren milyonlarca kişi vardır. Bu kişilerin davranışlarını sistematik bir şekilde inceleyebilmek için sınıflandırma yapılmıştır.

1. **Hane halkı:** Elindeki üretim faktörlerini kullanarak elde edeceği gelirle maksimum fayda sağlayacak şekilde harcama yapan ekonomik birimdir. Hane halkı üyeleri tüketiciler olarak adlandırılır.
2. **Firmalar:** Üretim faktörlerini kullanarak kâr maksimizasyon amacı ile mal ve hizmet üretiminde bulunan ve ürettiği mal ve hizmetleri hane halkına, diğer firmalara, devlete ve dış dünyaya satan bir ekonomik birimdir. Firmalar üreticiler olarak da adlandırılmaktadır.
3. **Devlet:** Burada geniş anlamda kullanılmakta ve merkezi hükümet ile yerel yönetimleri ve bunlara bağlı kurumların tümünü kapsar. Devletin amacı sosyal (toplumsal) refahı maksimize etmektir.
4. **Dış Dünya:** Ekonomik ilişkilerin bulunduğu diğer tüm ülkeler

Piyasalar

- Piyasa, alıcı ve satıcıları bir araya getiren, onların bilgi alışverişinde bulunup iş yapmalarını sağlayan düzenlemedir.

Faktör piyasaları insanlarla, onların işleriyle, yatırımlarıyla ve sahip olduğu doğal kaynaklarla ilgilidir. Müteşebbislik dışında kalan üretim faktörleri genel olarak işgücü, sermaye ve arazi olmak üzere üç grup altında incelendiğinden, üç farklı faktör piyasası vardır.

Her bir üretim faktörünün miktarı ve fiyatı kendi piyasasında oluşmaktadır.

1. Faktör Piyasalar
2. Ürün (mal) Piyasaları
3. Döviz Piyasaları

Piyasalar

1. Faktör Piyasalar

- Ev halkı >>> satıcı
- Firmalar>>> alıcı
- Üretim faktörleri
- Tam rekabet piyasası

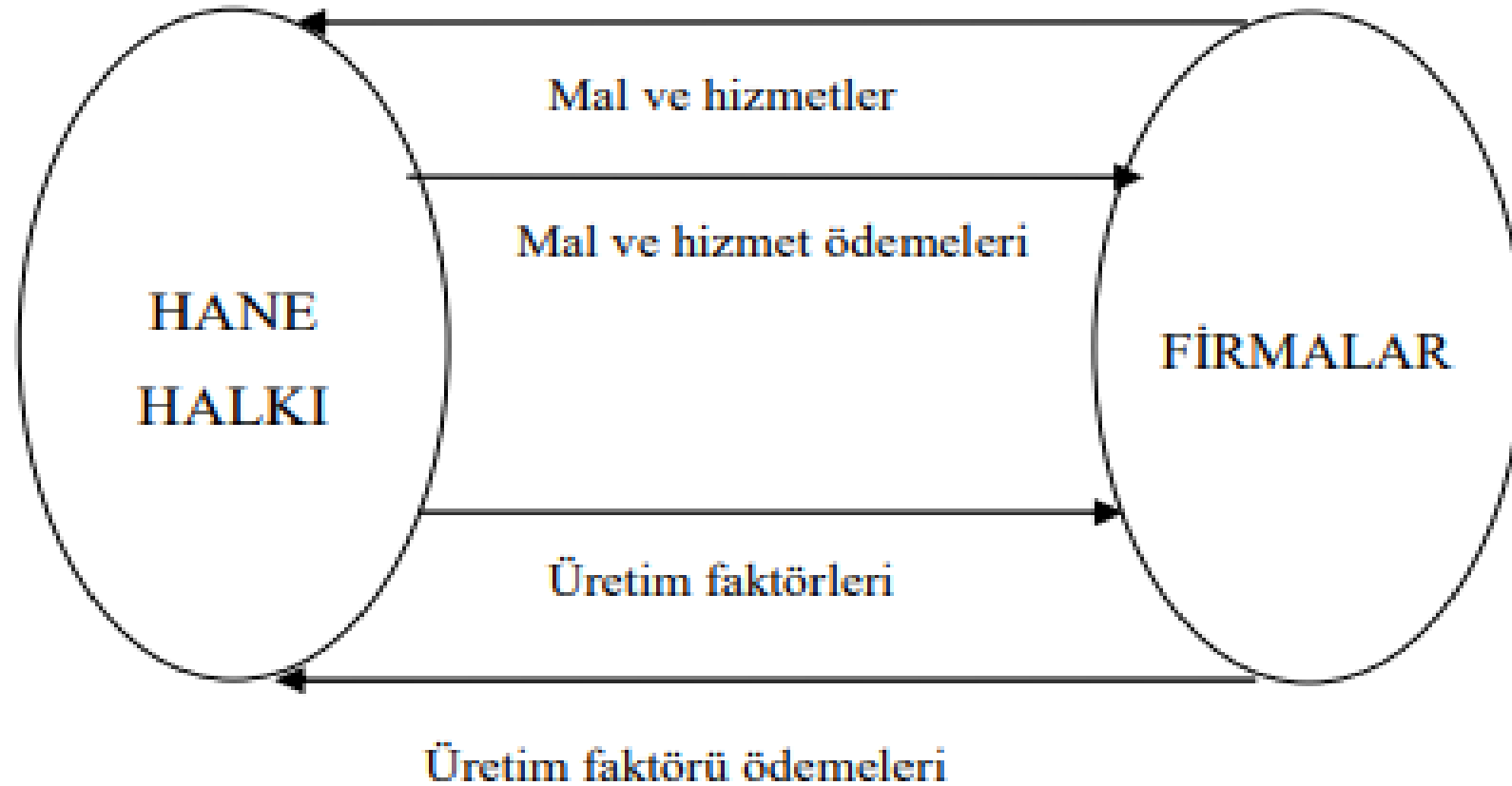
2. Ürün (mal ve hizmet) piyasaları

- Ev halkı >>> alıcı
- Firmalar >>>satıcı
- Tam rekabet ortamı

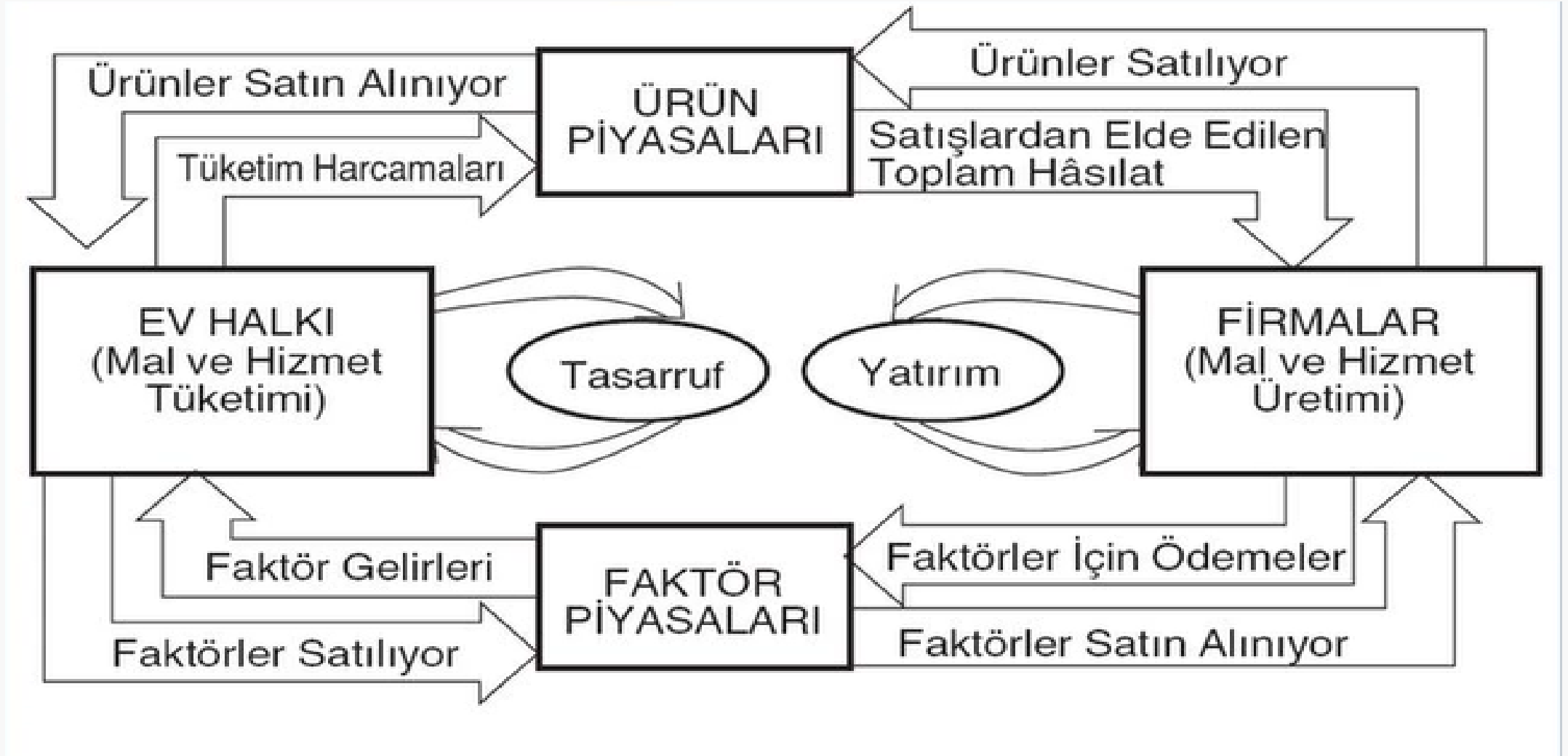
3. Döviz Piyasaları

- Döviz alım satımı
- Döviz kurlarının belirlenmesi

Ekonomik Faaliyetlerin Döngüsel Akımı



Ekonomik Faaliyetlerin Döngüsel Akımı



Piyasalar

- **Piyasa:** belirli bir fiyattan talep ettikleri ürünü almak isteyen alıcılar ile arz ettikleri ürünü satmak isteyen satıcıların bir araya geldiği ortamdır.
- Alıcı ve satıcı sayısının çok fazla olması ve ürünlerin özellikleri nedeni ile tarımsal ürün piyasalarının tam rekabet piyasasına daha yakın olduğu kabul edilir.
- **Firma:** bireysel bir üretim birimidir. Kendi davranışlarından sorumludur. Amacı karını maksimize veya maliyetini minimize etmektir.
- **Endüstri:** aynı ürünleri üreten bütün firmaların toplamıdır.

Piyasa Dönemleri

Çok Kısa Dönem (Piyasa Dönemi):

- Bir ürünün piyasaya gelişi ile diğer ürünün gelişi arasındaki dönemdir.
- Üretimin söz konusu olmadığı çok kısa döneme, piyasa dönemi de denir.
- Çok kısa dönem, ürün bir defa elde edildikten sonra, izleyen üretim döneminin sonundaki hasat anına kadar geçen dönemdir.

Çok Kısa Dönemde Arz ve Talep

- Çok kısa dönemde, piyasada bir ürünün talebi artsa bile arzın bu artışa cevap vermesi olası değildir. Örneğin, patates hasat edildikten sonra talep artsa ve dolayısıyla fiyatlar yükselse dahi, arz edilecek miktar değişmez.
- Kısa dönemde gıda maddeleri talebi genellikle az elastiktir. Kısa dönemde talebe etki eden faktörlerden nüfus miktarı, ihtiyaçlar ve zevkler değişmez. Bu nedenle kısa dönemde gıda maddeleri talebi istikrarlıdır.

Piyasa Dönemleri

- **Kısa Dönem (üretim Dönemi):** Tohumdan ürünün elde edilmesine kadar geçen dönemdir.
- Kısa dönem, üretim hacmini arttırıp veya azaltmak için tüm üretim faktörlerini değiştirecek kadar uzunluğu olmayan bir zaman aralığıdır. Bu dönemde sadece tohum, gübre, su, işçilik gibi değişir faktörler değiştirilebilir.
- Kısa dönemde talebi belirleyen fiyatlardır. Talep fiyatın bir fonksiyonudur; $T=f(F)$
- $Te>1$ ise , yani talep elastik ise , fiyattaki bir değişme talep edilen miktarda daha büyük bir değişmeye yol açar.
- $Te<1$ ise , yani talep inelastik ise , fiyattaki bir değişme talep miktarında daha küçük bir değişmeye yol açar.
- Kısa dönem, her bir üretim faktörünün değişkenlik kazanamadığı ve faktörlerden bir bölümünün değişkenlik kazanabildiği zaman periyodudur.
- İşletmenin, bir kısım faktörlerin miktarını değiştirmesine olanak vermeyecek kadar kısa olan bu dönemde artırılamayan kaynaklara **sabit kaynaklar** denir. Örneğin, tarımsal üretimde binalar, alet-makinalar, hayvanlar, arazi vb. gibi kaynaklar sabit kaynaklardır. Buna karşılık, emek (işgücü), tohum, yem, gübre, zirai mücadele ilaçları gibi üretim faktörleri, aynı dönem içerisinde miktar olarak değiştirilebilir nitelikte olup; bunlara da **değişen kaynaklar** denir.

Piyasa Dönemleri

- **Çok Uzun Dönem (Yatırım Dönemi):** Tüm sabit faktörlerin değiştirilebildiği dönemdir.
- Uzun dönem, üretim faaliyetinde yer alan tüm üretim faktörlerinin değiştirilmesinin mümkün olduğu dönemdir. Kısa dönemde değiştirilemeyen araç, gereç ve makinalar değiştirilebildiği için, uzun dönemde üretim teknolojisi de değiştirilebilir.
- Uzun dönemde, işletmeler üretim kapasitelerini artıracak veya azaltacak zamana sahiptirler. Ayrıca, yeni işletmelerin sektöre girmeleri ve mevcut işletmelerden bazılarının sektörü terk etmeleri için gerekli olan zaman mevcuttur.
- Uzun dönemde nüfus miktarı, ihtiyaçlar ve zevkler değişeceğinden talep de değişir.

Piyasalar

- Piyasalar, alıcı ve satıcıların sayısına ve alışverişin yapılma kurallarına göre çeşitlere veya tiplere ayrılabilirler.

1. Tam Rekabet Piyasası

2. Eksik Rekabet Piyasaları

- Monopol Piyasası
- Monopollü Rekabet Piyasası
- Oligopol Piyasa

Tam Rekabet Piyasası

Tam rekabet piyasası, ekonomik analizler için baz alınan, bir başlangıç olarak kabul edilen ideal piyasa türüdür.

Özellikleri

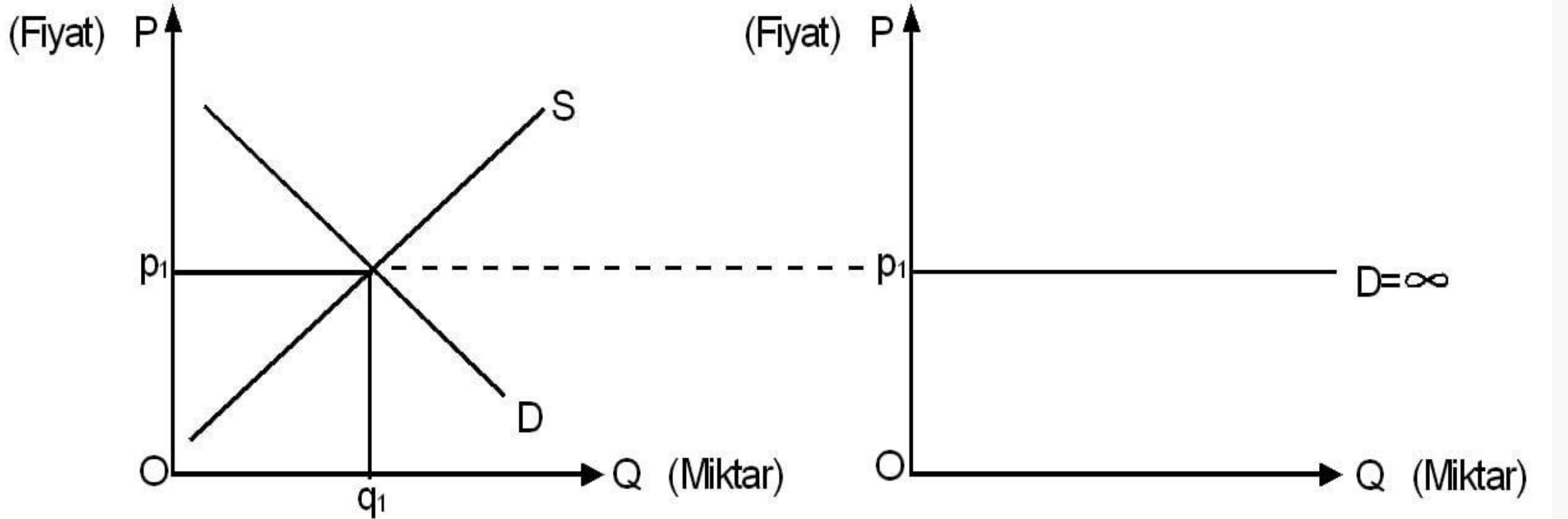
1. Tek tek firmaların ön planda olmadığı kişiselleşmeyen piyasa türüdür.
 2. Alıcı ve satıcıların tek başlarına fiyatlar üzerinde etkisi yoktur.
 3. Alıcı ve satıcılar fiyatı veri olarak kabul etmek durumundadır. Yani alıcı ve satıcıların ürün fiyatı üzerinde kontrol gücü yoktur.
- Firma piyasa fiyatının üstünde bir fiyattan ürününü satmak isterse, tüketiciler aynı malı diğer firmalardan piyasa fiyatında satın alacaktır.
 - Rekabetçi firma fiyat belirleyemez.

Tam Rekabet Piyasasının Koşulları

1. Atomize koşulu >>>>>> Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının olması
 2. Homojenite koşulu >>>>> Ürün homojenliği
 3. Açıklık koşulu >>>>>>> Alıcı ve satıcıların tam bilgiye sahip olması
 4. Mobilite koşulu >>>>>>> Piyasa giriş-çıkış serbestliği
- Gerçek hayatta az rastlanan bir piyasadır fakat bu koşullara en iyi tarım sektörünün uyduğu genel olarak kabul edilmektedir.

Piyasa ve firma Talep Eğrisi

- Tam rekabet piyasası koşullarında ürünün birim fiyatı, aynı zamanda, tek firma için marjinal gelir anlamına gelir.



Eksik Rekabet

- Tam rekabet şartlarının bir veya birkaçının aksaması durumunda ortaya çıkan piyasalara eksik rekabet piyasaları denilmektedir.

Özellikleri

1. Eksik rekabet piyasalarında firma sayısı tam rekabet piyasasındaki firma sayısından azdır.
 2. Eksik rekabette üretilen mallar homojen değildir.
 3. Eksik rekabet piyasalarının en genel özelliği firmaların piyasa fiyatı üzerinde kısmen de olsa etkili olabilmeleridir. Buna göre ya üretimlerini kısararak ürünlerinin fiyatını yükseltmek ya da üretimlerini arttırarak fiyatı düşürmek imkânına sahiptirler. Ancak bunu yaparken; fiyatı etkileme dereceleri değişmektedir.
- Eksik rekabet piyasalarında fiyat daima tam rekabet fiyatının üzerinde üretim miktarı da tam rekabet üretim miktarının altında kalmaktadır.

Eksik Rekabet

- Eksik rekabet piyasalarında gerek devlet gerekse özel teşebbüsün varlığı; iktisadi hayatın bazı kişi ve grupların lehine seyretmesine neden olmaktadır. Firmaların aşırı kâr hedefleri ve üretim miktarındaki kısıtlamalar; sosyal refahın azalmasına ve tüketicilerin tatmin düzeyinin düşük kalmasına yol açmaktadır.
- Bu doğrultuda; büyük sermaye sahiplerinin girdikleri piyasalara başkasının girmesi mümkün olmazken; endüstri birkaç firma tekeline girmekte ve firma sayısının yetersizliğinden dolayı eksik rekabet piyasaları oluşmaktadır. Böylece endüstride firmalar birbirlerinin davranışlarını yakından izlemekte, kontrol etmekte ve etkileyebilmektedirler.

Monopol Piyasası

- Monopol yalnızca tek bir firmanın olduğu piyasadır.
- Tam rekabet piyasası ile tam zıt bir piyasadır.
- Piyasada tek firma olduğu için bu piyasada firma ile endüstri aynı anlama gelmektedir.
- Monopolcü firma başka firmaların piyasaya girişini engeller ve böylece varlığını sürdürür.
- Örnek: elektrik, su doğal gaz...
- Daha güçlü olmak için bazı firmalar anlaşarak bir araya gelir ve kartel denilen yapıları oluşturur (örn: OPEC:Organization of Petroleum Exporting Countries = Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü)

Monopol Piyasası

■ Özellikleri

1. Tek satıcı
2. Satılan malın yakın ikamesinin olmaması
3. Başka firmaların piyasaya giriş çıkışının engellenmesi

■ Monopol piyasanın oluşma nedenleri

1. Bir firmanın bir mal üretiminde patentinin olması
2. Temel girdinin arzı üzerinde bir kontrole sahip olması
3. Hükümetin bazı malların satışı için bazı firmalara imtiyaz vermesi
4. Belirli bir malın ortalama maliyetinin minimum düzeye ulaşacak gerekli üretim genişliği (doğal monopoller)

Monopol Piyasası

- Monopolcünün arz riski yoktur. Piyasaya bağlı değildir.
- Monopolcü açısından piyasa fiyatı veri değildir.
- Monopolcü fiyatını kendisi belirler. Fiyat miktar bileşimi kendi seçer.
- Tam rekabet piyasasından farklı olarak monopolün talep eğrisi negatif eğimlidir. Çünkü monopolcü fiyat belirleyen firmadır.
- Monopolcü malın fiyatını yükselttiğinde müşterileri kaybetmez ama iş hacminin bir kısmını kaybeder.
- Fiyatı yükselttikçe satışı azalacaktır. Bu nedenle bazı fiyat artışları monopolcü için karlı olmayabilir. Çünkü ama karı maksimize etmektir.

Monopol Piyasası

- Monopolcü malın fiyatını yükselttiğinde müşterileri kaybetmez ama iş hacminin bir kısmını kaybeder.
 - Fiyatı yükselttikçe satışı azalacaktır. Bu nedenle bazı fiyat artışları monopolcü için karlı olmayabilir. Çünkü ama karı maksimize etmektir.
 - Bu nedenle fiyat farklılaştırması yapar.
-
- **Fiyat farklılaştırması**, anı ürünün farklı fiyatlarda satışa sunulmasıdır.
 - Gelire, mevsime, tüketim miktarına, yaşa, markaya, bölgeye,... göre

Monopolü Rekabet Piyasası

- Bir yandan tam rekabeti bir yandan da monopol özelliklerini taşır.
- Lokanta, kuaför, eczane, bu piyasa tipine örnektir.

Özellikleri

1. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının olması
2. Mal farklılaştırmasının olması
3. Piyasaya giriş çıkış kolaylığı

Monopolü Rekabet Piyasası

1. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının olması

- Tam rekabet piyasasından farklı olarak fiyat veri değildir. Firmalar zaman zaman fiyat oluşumu etki edebilir.

2. Mal farklılaştırmasının olması

- Bir mal veya hizmetin rakip firmalardan çok küçük bir farkla üretilmesine **mal farklılaştırması** denir.
- Ürünün şekli, ambalajı,...satış yeri, görünümü,...satıcıların tavrı, giyimi,...reklam...satış ve satış sonrası hizmetler....
- Çok sayıda firma rekabeti teşvik ederken, farklılaştırma ile monopolcü yapının gücü oluşmaktadır.

3. Piyasaya giriş çıkış kolaylığı

- Piyasaya giriş çıkışı engelleyen bir durum yoktur.
- Piyasaya giriş çıkışın kolay olması aşırı karı ortadan kaldırır.

Oligopol Piyasası

- Toplam piyasaya göre yeteri ölçüde büyük ve piyasa fiyatını etkileyebilecek birkaç satıcının hakim olduğu piyasadır.
- Büyük firmalar tarafından zararsız görülen küçük firmalar da piyasada yer alabilir.

Özellikleri

1. Firmalar birbiriyle bağımlıdır.
2. Her firma izlediği politikanın rakibini nasıl etkileyeceğini dikkate alır.
3. Fiyat ve üretimde yapılan değişiklikler rakip firmaların satış ve karını etkiler.

Oligopol Piyasası

Oligopolün oluşma nedenleri

1. Bazı endüstrilerde bir firmanın piyasasının önemli bir oranına yönelik üretim yapması durumunda en düşük üretim maliyetine ulaşmasıdır.
2. Bazı endüstrilerde satış promosyonlarının ölçek ekonomisi oluşturmalarıdır.
3. Bazı endüstrilere giriş, büyük karmaşık ve pahalı bir fabrikanın kurulması gerekmektedir.

Oligopolcü firmalar,

- Standart ve homojen mal satabilecekleri gibi farklılaştırılmış mal da satabilirler.
- Patent hakkı, ölçek ekonomileri, hammadde kaynaklarına sahip olmaları diğer firmaların piyasaya girişini engeller.

Piyasa Şekli belirlenirken;

- **Firma sayısı:** piyasaya mal arz eden firmaların sayısına göre sınıflandırılır. Tam rekabet ve Monopollü rekabette çok sayıda firma vardır. Monopolde tek bir satıcı Oligopolde ise birkaç satıcı vardır.
- **Fiyat üzerinde kontrol:** tam rekabet piyasasında bir firma fiyatlara müdahale edemez. Monopol bir firmanın ise fiyatlar üzerinde çok büyük etkisi vardır.
- **Ürün tipi:** tam rekabette firmalar standart mal üretirler. Monopollü rekabette firmalar birbirinden biraz farklı ürünler üretir. Oligopol firmaları bazen aynı ürünü üretebilir. Monopolde zaten tek firma olduğu için aynı ürünleri üretir.
- **Giriş engeli:** tam rekabette piyasaya giriş çıkış serbesttir. Monopollü rekabette ise giriş engeli çok azdır. Oligopol piyasaya giriş engeli vardır. Monopolde ise giriş bloke edilmiştir.
- **Fiyat dışı rekabet:** tam rekabette fiyat dışı rekabet söz konusu değildir. Monopollü rekabette fiyat dışı rekabet vardır. Oligopol piyasada ise önemli ölçüde fiyat dışı rekabet vardır. Monopol satış artırmak için reklama yönelebilir.
- **Firma- Endüstri ilişkisi:** monopol piyasasında tek firma aynı zamanda endüstridir. Oligopolde az sayıda firma, tam rekabette ve monopollü rekabette ise çok sayıda firma endüstriyi oluşturur.

TEŞEKKÜRLER 😊